



Arjan Monteny, projectleider van het kennisnetwerk Bioconnect, en Bavo van den Idsert, directeur van het nieuwe Bionext, in gesprek over het volwassen worden van de biologische sector.

‘Biologische sector komt van zijn stoeptegels af’

De biologische sector heeft sinds mei 2011 een ketenorganisatie: Bionext. Met de gekozen naam drukt de sector uit dat ze een volgende ontwikkelingsfase is ingegaan. ‘Tien jaar lang heeft de overheid ons via beleid en met financiering van organisaties en projecten ondersteund’, zegt Arjan Monteny. ‘Nu gaan we op eigen kracht verder.’ Bavo van den Idsert: ‘De keten moet haar eigen broek gaan ophouden. Dat hoort bij volwassen worden.’

Van den Idsert is directeur van Bionext. Monteny projectleider van het kennisnetwerk Bioconnect. De expertise en de kennisstructuur van Bioconnect wordt ingebracht in de nieuwe ketenorganisatie.

>> Waarom een ketenorganisatie?

Van den Idsert: ‘De biologische sector is de afgelopen tien jaar flink professioneler geworden. Dat zien we ook terug in de opschaling. De omzet groeit sinds 2007 jaarlijks zo’n tien procent. Die omzetgroei, daar was het ooit ook om begonnen. Biologisch is inmiddels een breed geaccepteerd segment in de markt. Je ziet dat steeds meer A-merken een lijn met biologische producten hebben. Deze ontwikkelingen zijn onder meer het resultaat van de opgezette ketenaanpak onder de Task Force Biologische Markontwikkeling. Wat nog ontbrak was een financieel onafhankelijke ketenorganisatie.’

>> Wat wil Bionext betekenen en bereiken?

Van den Idsert: ‘De biologische sector moet van de biologische stoeptegels af. Ze heeft daarin al een flinke stap gezet. Maar we moeten verder. Bionext zal zich sterk maken voor een verdere groei van de sector door belangenbehartiging, ketensamenwerking en communicatieprojecten. We willen dat ook nadrukkelijk doen in samenwerking met de reguliere sectororganisaties. Biologisch kan bijvoorbeeld veel waarde toevoegen aan A-merken, supermarkten en catering. Omgekeerd kan de biologische sector leren van het reguliere bedrijfsleven. De versterking van de samenwerking kan de groei van biologisch versnellen. We willen minimaal de ingezette omzetgroei van tien procent per jaar vasthouden. We zullen ons ook inzetten voor verdere versterking van de kwaliteit met projecten voor kwaliteitscontrole en bovenwettelijke eisen en natuurlijk innovatie en onderzoek, zoals die de afgelopen jaren vorm hebben gekregen in het kennisnetwerk Bioconnect.’

>> Wat is er zo bijzonder aan Bioconnect?

Monteny: ‘Ondernemers en kennisinstellingen zoals Wageningen UR en

het Louis Bolk Instituut hebben de afgelopen jaren een uniek model van vraaggestuurde kennisontwikkeling opgezet. Zeshonderd boeren en tuinders en ondernemers uit andere schakels in de keten hebben zich georganiseerd in veertien product- en themawerkgroepen en tien bedrijfsnetwerken. Zij hebben hun kennisvragen gebundeld, geselecteerd en vervolgens de meest relevante neergelegd bij het onderzoek. Onderzoekers scherpten de vragen aan en deden aanvullende suggesties. Zo is er een prachtige wisselwerking tussen praktijk en onderzoek ontstaan. Een grote winst is dat bedrijven nu gemakkelijker onderzoeksvragen kunnen stellen en de resultaten meer toegesneden zijn op de praktijk.

De betrokkenheid van de praktijk garandeert ook toepassing van het onderzoek. Erg geslaagd is ook de opgezette structuur voor kennisdoorstroming. De website www.biokennis.nl zorgde ervoor dat informatie en successen zo breed mogelijk werden uitgedragen, in combinatie met digitale en papieren nieuwsbrieven en bijeenkomsten. Verder spelen de tien bedrijfsnetwerken een belangrijke rol in de doorwerking van kennis naar de praktijk.’

>> Het vraaggestuurde onderzoek is dus een succes. Is het doorgesijpeld naar andere sectoren?

Monteny: ‘Ook al hebben we een succesvolle en vernieuwende aanpak opgezet en is het ministerie van EL&I enthousiast, de methode die we hebben gevolgd wordt toch vaak gezien als iets wat sterk gekoppeld is aan de biologische sector. Andere sectoren hebben de methodiek niet grootschalig geadopteerd, maar het heeft wel degelijk een voorbeeldfunctie. Misschien worden we nog een inspiratiebron voor de tien topsectoren die de overheid heeft benoemd. De topsectoren moeten gaan innoveren via de ‘gouden driehoek’ – samenwerking van bedrijven, kennisinstellingen en overheid – en daarvoor een methodiek voor vraaggestuurd onderzoek ontwikkelen. Die methodiek ligt er; Bioconnect werkt er al jaren mee.’



Biologisch is inmiddels breed geaccepteerd in de supermarkt.

Bioconnect wordt niet meer gefinancierd door de overheid. De biologische sector heeft natuurlijk nog steeds veel kennisvragen. Hoe moet het nu verder?

Van den Idsert: 'De biologische sector kon via de overheid jaarlijks over zo'n 5 á 6 miljoen euro onderzoeksmiddelen beschikken en deze vanuit aansturing van Bioconnect besteden bij Wageningen UR en Louis Bolk Instituut. De toegang die het bedrijfsleven tot het onderzoek heeft gekregen, willen we zoveel mogelijk overeind houden. Daarvoor moeten we opnieuw goede publiek-private samenwerkingsconstructies aangaan, waarbij het bedrijfsleven bijdraagt aan de financiering van onderzoek en de overheid instapt voor co-financiering. We zijn met verschillende partijen in gesprek om de taken van Bioconnect zelf voort te zetten. Het netwerk van ondernemers dat onder Bioconnect ontstaan is, blijft gewoon behouden en wordt vanuit de boeren en de handel gefinancierd.'

>> Op welke kennisthema's wil Bionext inzetten?

Monteny: 'Bioconnect heeft voor de laatste keer de kennisvragen voor 2012 kunnen inventariseren en een nieuwe ambitieagenda kunnen maken. De biologische landbouw wil zich gaan onderscheiden op eco-efficiëntie. Daar bedoelen we mee dat we 'gemiddeld' de duurzaamste landbouwsector willen zijn en dus niet de kampioen op één bepaald aspect. Het gaat om de totaalscore. Je kunt wel koeien op stal zetten om minder ammoniakuitstoot te krijgen, maar je bent dan niet goed bezig voor het dierenwelzijn en de burgers die graag koeien in de wei zien. We willen milieu, natuur en respect voor dieren zo goed mogelijk in balans brengen. Voor een aantal aan duurzaamheidsaspecten zoals energie/CO₂-uitstoot, verpakkingen, fair trade en logistiek ontbreekt nog biologische regelgeving. Aan deze aspecten zullen we als sector

versneld gaan werken. Verder zien we uitdagingen zoals een volledig antibioticavrije veehouderij. De sector loopt hierin voor op de gangbare veehouderij, maar we kunnen nog meer bijdragen aan de volksgezondheid en het imago van bio: puur natuur, zonder kunstmatige toevoegingen en residuen. De consument moet een gezond gevoel hebben bij biologische voeding.

Hoe we in 2012 met de kennisvragen en de ambitieagenda aan de slag kunnen, is nog onduidelijk. Er verandert veel in de organisatie rondom het onderzoek. De regie komt bij de tien topsectoren. Hoe dat eruit gaat zien is nog niet helder, maar we hopen met ons uitgebreide publiek-private netwerk en zeer betrokken ondernemers daar zeker ook als biologische sector een rol in te spelen.' (RD)

Opzet van de nieuwe ketenorganisatie Bionext

In Bionext zijn twee organisaties samengevoegd die tot eind 2011 door het ministerie EL&I werden gefinancierd: Biologica, het gezicht van de biologische landbouw naar consumenten en burgers, en de Task Force, die zich richtte op markt en promotie. Bionext vertegenwoordigt ook de biologische ketenpartijen van boeren, handel, verwerking en retail. Door deze bundeling wordt het een echte ketenorganisatie en hét aanspreekpunt voor iedereen, ook voor de overheid, productschappen en onderzoeksinstituten.

De kernbegroting voor keteninnovatieprojecten, vraag-gestuurd onderzoek, wetgeving, PR en lobby is circa 500.000 euro. Tweederde van dat bedrag brengen de boeren, verwerkers, handelaren en biowinkels in. Zij droegen vorig jaar al af aan hun eigen belangen-organisaties. Een deel daarvan gaat nu naar Bionext. Tot slot draagt de overheid de kosten van enkele inhoudelijke projecten.

Communicatieprojecten zoals het magazine Smaakmakend en campagnes als Adopteer een Kip, Lekker naar de Boer en Proef de Aandacht – samen goed voor rond de 1,5 miljoen euro – zijn zelffinancierend dankzij consumenten, adverteerders en partners.